

Новые медиа. Тренды СМИ 2017.



Горбунов Максим тел. 8 913 457 10 10
Павлова Ульяна тел. 8 913 479 09
72
Агентство маркетинговых стратегий
МАКС

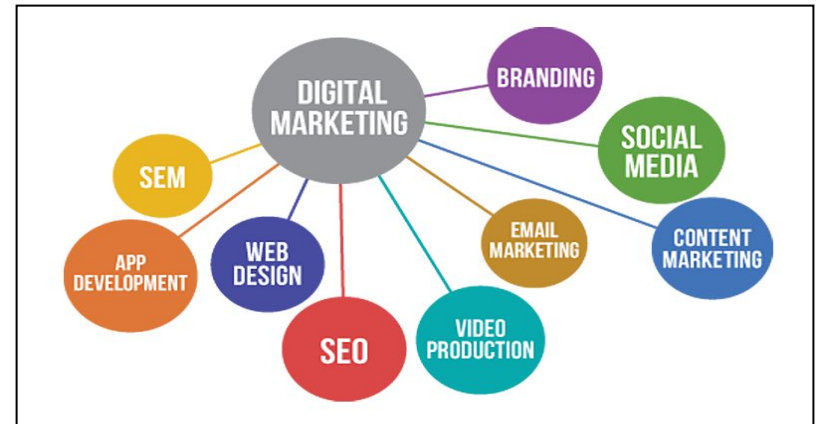
Международная команда PR-агентства Grayling разработала семь глобальных коммуникационных прогнозов на 2017 год. Список, получивший название 7for17, основан на последних изменениях в области технологий, медиа и коммуникаций.

Поколение Z — термин, применяемый в мире для поколения людей, родившихся примерно с начала 2000-х. Соответствует Теории поколений, созданной Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом



Тренды СМИ

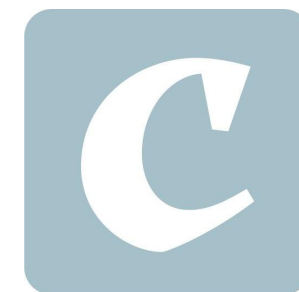
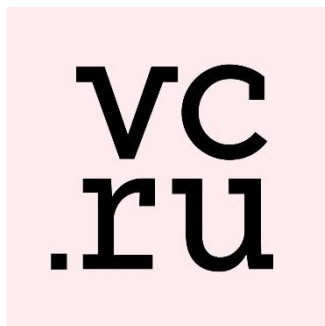
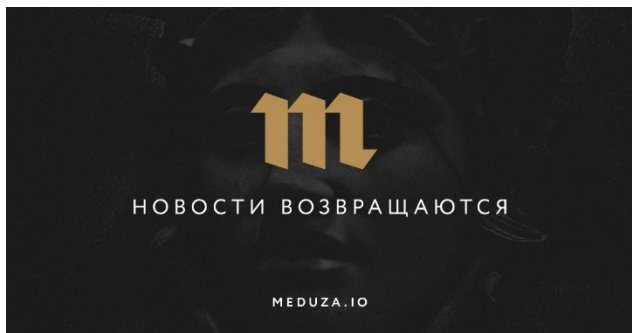
- Увеличение роли работы с социальными сетями и мессинджерами;
- Нативная реклама;
- Внедрение систем редакционной аналитики;
- Платный контент для нишевых и профессиональных СМИ;
- Производство рекламных спецпроектов;
- Краудфандинг, общественная поддержка, спонсирование на регулярной основе;
- Аналитические, профессиональные и игровые разделы/материалы за дополнительную (высокую) плату;
- Торговля данными подписчиков;
- Онлайн-видеотрансляции как новый массовый формат;
- Увеличение роли гражданской журналистики
- Пересмотр субсидирования СМИ инвесторами, отталкиваясь от данных редакционной аналитики и систем рейтингов СМИ.



Какие технологии придут на смену человеку в СМИ?

- Редакционная аналитика
- Единая редакционная система
- Системы мониторинга медийных и пользовательских трендов
- Системы автоматического генерирования контента
- Система рекомендательного показа контента
- Чатботы
- Ботсетки для посева и продвижения контента
- Системы конкурентного анализа рынка рекламы





Редакционные метрики эффективности.



mediator.mail.ru

Источники трафика, просмотры, отказы.
Оценка затрат и результата.
Сравнение вовлеченности посетителей
из разных источников.
Просмотр популярных материалов.
Систематизация работы за период.
Оценка качества контента.
Тенденции в поведении читателей.
Планирование работы, форматов, тем.
Оценка успешных тем, авторов, длины
текстов.
Установка KPI авторам.



onthe.io

На что привыкли ориентироваться редакции?

- Количество показов
- Глубина просмотра

А продвинутые редакции?

- Время на сайте
- Показатель отказов

Но эти метрики ничего не говорят о том, как пользователь взаимодействует с контентом.



Маркетинговые метрики

Редакционные метрики

Воронка доскролов
время чтения

Критерии оценки материала

Основные

- Доскроллы
- Время чтения

Добавочные

- Просмотры
- Коэффициент виральности
- Коэффициент возврата трафика из соцсетей

Как автоматизировать подготовку контента?

- Подготовка контента на основании медиа трендов
- Data журналистика
- Увеличить сегмент гражданской журналистики

Рекомендательные системы в СМИ



ООО «Экспасофт»

Как работают движки рекомендаций?

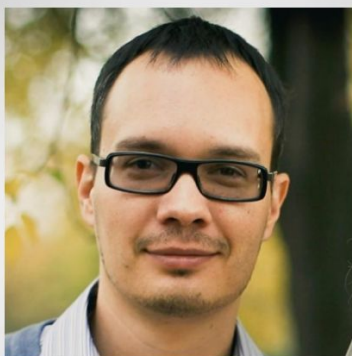
1 – Сходства;
2 – Различия.



Контентная фильтрация



Кто мы такие?



Владимир Дюбанов

Директор компании ООО "Экспасофт"
Эксперт в области интеллектуального
анализа данных

Кто мы такие?



Евгений Павловский

Кандидат ф.м наук, Заведующий лабораторией
аналитики потоковых данных при НГУ



Горбунов Максим

Агентство «Макс», Аналитик

+7 (913)

457-10-10

<https://vk.com/max1762>

max176@mail.ru